



## もっと楽しく、もっとおトクに! お客さまとお店をつなぐプラットフォーム 「Gotcha!mall」で顧客単価が最大5割UP\*

※ガッチャ!モールユーザーのみ

### 導入背景

若い世代にも訴求力と集客力を発揮するだけでなく、**購入へつなげるおもしろい仕掛け**ができるのではないかと、ご検討いただいたサービスが、お客さまとお店をつなぐプラットフォーム「**Gotcha!mall** (以下、**ガッチャ!モール**)」でした。誰でも無料で参加でき、スマホ上でカプセルツイを回すとお店の割引クーポンや無料券などが発行される仕組みです。本格導入の前に、都内の2店舗で試験導入を開始。買い物の牽引役であるF1・F2層を惹きつけられるかなど4つのポイントをもとに効果検証を行い、すべてにおいて期待値を上回る結果となり、全店に展開する運びとなりました。

### 導入サービス

数あるライバル店の中から選んでいただくには、これらの顧客に**“お店に行ったらこんなおトクがあるんだ!”**を具体的にイメージしてもらえる**プレミア感**をどのように醸成するかがポイントとなります。

一人ひとりの個人属性やプレイ回数、クーポン利用履歴によって、約10種類のクーポンを出し分け、顧客とカスミ様をマッチングさせます。消費行動や生活パターンをパーソナライズし、**顧客の購買意欲が高まったタイミングでOne to Oneのアプローチをかけることにより、購買を後押しします。**

### 導入効果

2017年9月のリリースから約1年で**累計プレイ回数は200万回超**に上り、クーポン利用率も伸び続けて推移しています。クーポンを利用した主婦層など30～50代の来店が増えました。また、直近のガッチャ!モールユーザー全体の**来店頻度は2割増、顧客単価も最大5割アップ**と底上げに成功しました。さらに、**リピート顧客1人あたりの来店頻度が月1回増える**など相乗効果をもたらしています。

#### 費用対効果が高く、目に見える成果を出していただいています

かつてのチラシのように、若い世代や来店頻度が低いお客さまにもご来店いただけるきっかけになるのではないかと思います。試験導入をさせていただき、オペレーションまでリアルシミュレーションができたのでイメージも湧いて「これならきっと上手くいく」と手ごたえを感じました。また、お客さまがクーポンを使用した時点で初めて弊社側に費用が発生する仕組みなので運用コストの無駄がなく、わかりやすく効果を実感できるところにも魅力を感じています。

導入後は、ご来店いただいたお客さまにピラを配ったり、ポスター掲示や館内放送など社員も店舗スタッフも一丸となって、ガッチャ!モールを盛り上げています。こういった取り組みの甲斐もあって、店内は活気にあふれ、お客さまとのふれあいに一役買ってくれています。



営業企画本部  
営業企画マネジャー  
高木 健一 様

※記載の内容・お役職等の情報は、2018年10月取材時のものです。

スマホ向けクーポンサイト

**183** 全店展開

**One to One**  
顧客に合わせた**買い物体験**

来店頻度 **2割増**  
顧客単価 **最大5割UP\***

## ガッチャ!モール 全183店へ導入

茨城県を中心に地域密着型スーパーマーケットを展開する株式会社カスミ様(以下、カスミ様)。若い世代にも訴求力と集客力を発揮するだけでなく、購入へつなげるおもしろい仕掛けができるのではないかと、ご検討いただいたサービスが、お客さまとお店をつなぐプラットフォーム「Gotcha!mall(以下、ガッチャ!モール)」でした。誰でも無料で参加でき、スマホ上でカプセルトイを回すとお店の割引クーポンや無料券などが発行される仕組みです。ガッチャを回せば回すほどおトクな特典が得られます。

本格導入の前に、さまざまな顧客層の来店が期待できる都内の2店舗で試験導入を開始。カスミ様があげる4つのポイント——①買い物の牽引役であるF1・F2層を惹きつけられるか、②店舗への来店頻度を増やせるか、③来店顧客の購入単価を上げられるか、④効率的な店舗オペレーションができるか——をもとに効果検証を行いました。すべてにおいて期待値を上回る結果となり、全店に展開する運びとなりました。

### 集客力に大差をつける わざわざ使いたくなる「クーポン」

カスミ様は、特に来店頻度が低く接触が少ない顧客に“ちょっとヨリミチして楽しい体験をしていただいてカスミのファンになってもらいたい”という想いがありました。数あるライバル店の中から選んでいただくには、これらの顧客に“お店に行ったらこんなおトクがあるんだ!”を

具体的にイメージしてもらえるプレミア感をどのように醸成するかがポイントとなります。

一人ひとりの個人属性やプレイ回数、クーポン利用履歴によって、約10種類のクーポンを出し分け、顧客とカスミ様をマッチングさせます。自発的にガッチャを回すと、一方的にクーポンをもらうよりもワクワク感が増し「お店に行ってみよう!」というモチベーションを生み出すことができます。消費行動や生活パターンをパーソナライズし、顧客の購買意欲が高まったタイミングでOne to Oneのアプローチをかけることにより、購買を後押しします。また、顧客リレーション強化の取り組みとして、カスミ様の自社アプリや店舗イベントと連動したキャンペーンを実施など、変化をもたせた多角的なアプローチを行っています。

### 来店頻度が2割増 顧客単価は最大5割UP\*

2017年9月のリリースから約1年で累計プレイ回数は200万回超に上り、クーポン利用率も伸び続けて推移しています。クーポンを利用した主婦層など30~50代の来店が増えました。また、直近のガッチャ!モールユーザー全体の来店頻度は2割増、顧客単価も最大5割アップと底上げに成功しました。さらに、リピート顧客1人あたりの来店頻度が月1回増えるなど相乗効果をもたらしています。

カスミ様に蓄積された購買行動データをより戦略的に活用していくために、トランスコスモスの最先端のデジタル技術を組み合わせたサービスをご提案し、今後もカスミ様のさらなる売上拡大を支援してまいります。

## カスミ様 提供サービス

